



**PROTAGONISTI** Carlo Baccarelli, la governatrice Catuscia Marini e Carlo Catanossi

**LA CAMPAGNA PRESENTATA «100% UMBRIA»**

# Grifo Latte scommette sulla territorialità

— PERUGIA —

**L'ETICHETTA** non lascia spazio a interpretazioni. Quando i clienti prenderanno in mano una confezione di latte 'Grifo' saranno perfettamente consapevoli di cosa stanno acquistando. La nuova campagna promozionale della cooperativa casearia umbra che produce circa 65 milioni di litri di latte ogni anno punta su due capisaldi della politica aziendale: territorialità e trasparenza. Due elementi, una filosofia e un modo di fare impresa sintetizzati nel titolo della manifestazione: '100% Umbria - Il nome del tuo latte'. Per la prima volta dopo 40 anni di attività sulle confezioni di latte 'Grifo' apparirà l'indicazione della tipologia del prodotto: 'Classico' per l'intero (con la scritta di colore blu), 'Delicato' per il parzialmente scremato (rosso) e 'Leggero' per lo scremato (verde). Il tutto corredato dalla dicitura '100% Umbria' ben visibile sul fondo di ogni cartone, a testimoniare l'origine 'autoctona' dell'intera filiera. «Vogliamo instaurare un rapporto di maggiore 'confidenza' con il

**LA FILOSOFIA**  
«Scommettiamo tutto sull'identificazione del prodotto regionale»

consumatore — ha spiegato Carlo Catanossi, presidente di 'Grifo Latte' — e la campagna ha proprio questo obiettivo. In futuro potremmo estendere l'iniziativa anche ad altri prodotti». Una garanzia per il consumatore: «Vo-

**IL CONCORSO**  
**Bevi l'Umbria**  
**Premi in palio**

**INSIEME** alla campagna è partito anche il concorso «Che Umbria Bevi?». I consumatori, rispondendo ad un questionario, possono vincere oltre 400 premi tutti legati al territorio. In palio ceramiche, biglietti omaggio, prodotti tipici e soggiorni benessere.

gliamo far capire ancora di più ai consumatori che il nostro latte è al 100% umbro, proviene dalle produzioni dei nostri allevatori ed è controllato dai soci della cooperativa». Il latte come portabandiera di un'intera regione. Un nuovo vettore di promozione per l'Umbria, che incassa la 'benedizione' del presidente della Regione, Catuscia Marini: «L'iniziativa intrapresa dalla cooperativa — ha sottolineato la governatrice Marini — è importante per il settore agricolo e gli allevatori, ma anche per l'immagine dell'Umbria e per la salute dei consumatori. Privato e pubblico devono investire insieme per costruire in tutti gli ambiti una filiera di qualità che sia riconoscibile e legata all'immagine della nostra regione, così come ha fatto la Grifo Latte. Spesso il consumatore è disorientato, si trova di fronte ad etichette piccole, illeggibili, poco chiare. Con questa operazione la Grifo conferisce immediata riconoscibilità ai suoi prodotti. Un'apprezzabile politica di sicurezza e tracciabilità».

Luca Vagnetti

**9 ottobre 2010**